

BAB II

TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Peneliti Terdahulu

Septian dkk, (2018) menyatakan, bahwa dengan adanya *e-commerce* informasi perusahaan akan lebih cepat tersampainya kepada konsumen serta pemasaran akan lebih luas sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Analisis yang dilakukan meliputi data *managing, reading and memoing, describing, classifying and interpreting*, dan *representing and visualizing*, setelah data analisis terbentuknya sistem baru kemudian menuju proses selanjutnya yaitu membuat website, mendesain website, input data, dan yang terakhir menampilkan website yang sudah jadi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengimplementasikan sistem informasi *e-commerce* untuk perusahaan dagang sebagai media penjualan *online*.

Mumtahana dkk.,(2017) menyatakan, bahwa Tahapan pengembangan dimulai dengan analisis permasalahan dan kebutuhan untuk aplikasi pemasaran, desain model proses, desain model data, pembuatan program aplikasi, implementasi aplikasi, dan evaluasi aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak yang dirasakan atas pemanfaatan teknologi *e-commerce* dalam peningkatan strategi pemasaran produksi. Pengguna dari aplikasi ini adalah administrator yang mempunyai hak penuh terhadap pengolahan aplikasi, operator atau owner merupakan pemilik toko yang memiliki hak untuk memasukkan data

produk, pengguna yang memiliki hak untuk memilih dan memesan produksi. Hasil uji coba dan evaluasi yang dilakukan pada koperasi mahasiswa STT Dharma



Iswara Madiun, menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan teknologi *e-commerce* memenuhi strategi pemasaran produk yang dapat berdampak pada peningkatan pendapatan.”

Fauzia. (2016) menyatakan, bahwa beberapa wirausahawan perempuan memanfaatkan *e-commerce* untuk penjualan retail, grosir, agen dan distributor sebuah produk/jasa dan juga di beberapa daerah terpencil, *e-commerce* mampu membantu beberapa wirausahawan untuk melejitkan bisnis mereka dengan cara menjelajahi *e-commerce* untuk mencari supplier. Pemanfaatan *e-commerce* relatif lebih mudah bagi para wirausahawan pemula, dengan syarat kontak di dalam mobile mereka merupakan demand bagi produk yang mereka tawarkan. Saran bagi penelitian ini adalah dilakukannya penelitian yang sejenis, masih membahas tentang *e-commerce* yang bertujuan untuk mendukung lahirnya wirausahawan perempuan sebagai penguat keuangan rumah tangga tanpa meninggalkan tanggung jawab mereka sebagai seorang ibu.

Mauko dkk., (2017) menyatakan, bahwa Tahapan-tahapan dalam melakukan penelitian ini mengacu pada metode pengembangan web yang meliputi:

1. Analysis
2. Design
3. Generation
4. Implementation

Dalam penelitian ini dihasilkan

1. Ada kesamaan antara metode pengembangan web yang digunakan dengan metode pengembangan sistem informasi tradisional yaitu terdapat tahap penetapan tujuan, pendefinisian kebutuhan, analisis, desain, pembuatan sistem (*coding*) dan implementasi.

2. Dengan adanya website UP2M PNK dapat membantu UP2M PNK dalam menyampaikan informasi terkait kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat di Politeknik Negeri Kupang.
3. Pengelolaan jurnal elektronik dengan menggunakan *Open Journal System* dapat melayani setiap proses bisnis yang ada pada penerbitan sebuah jurnal mulai dari penerimaan naskah dari penulis, distribusi naskah, pemeriksaan naskah, penyuntingan naskah hingga penerbitan jurnal.

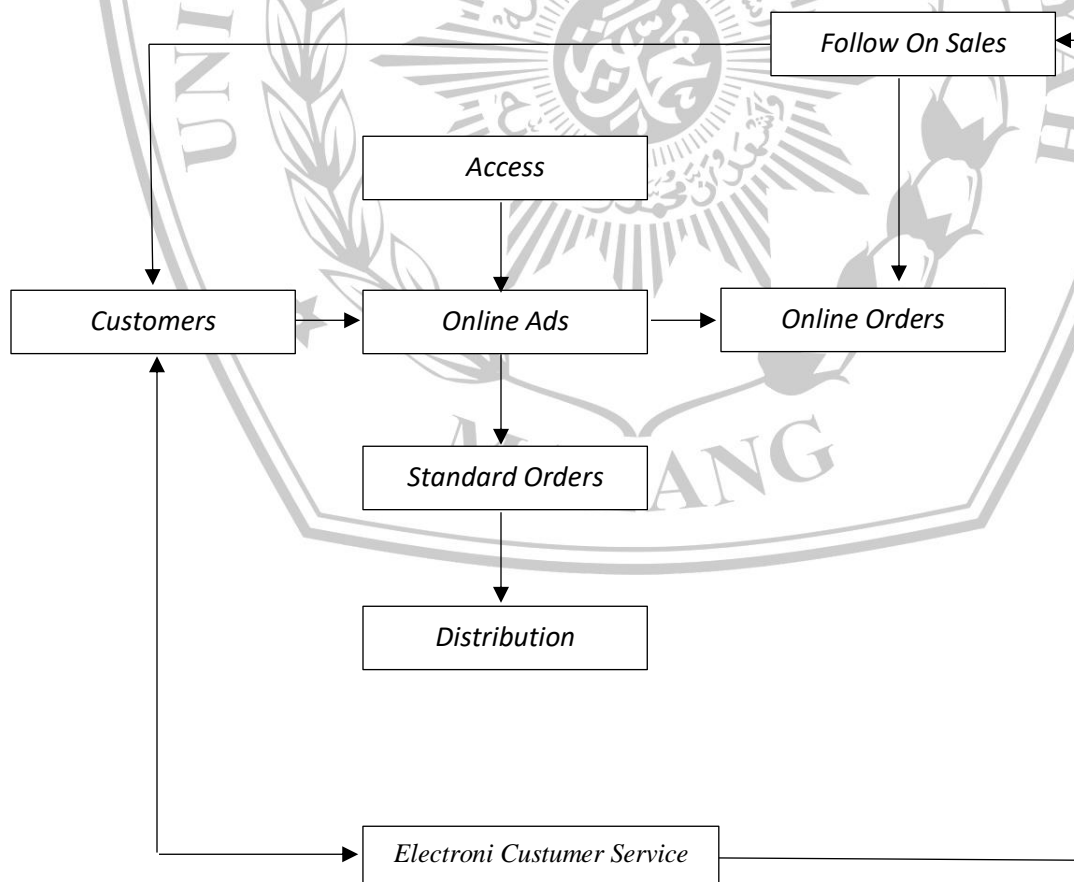
Dalam Teknik pengumpulan data dan keabsahan data terdapat kekurangan dalam hal wawancara yaitu ketika wawancara di lakukan secara tak terpimpin diman wawancara tidak terarah sehingga mengakibatkan tidak efesiensinya tenaga, waktu dan biaya.

Dari keempat peneliti terdahulu dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi yang baik akan memudahkan perusahaan untuk lebih unggul dan dapat bersaing Septian dkk, (2018) . *e-commerce* dapat mempromosikan produk dengan mudah, keterbatasan pada penelitian ini adalah Di dalam tahap uji coba masih belum menggunakan metode yang akan menghasilkan sebuah nilai kuantitatif dari hasil uji coba Mumtahana dkk.,(2017), *e-commerce* dapat mengurangi biaya promosi sehingga produsen dan distributor bisa mengurangi biaya promosi, kesulitan dalam penelitian ini adalah jumlah responden rata-rata adalah ibu rumah tangga dan sangat sedikit dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Dikarenakan peneliti memakai jaringan yang dipunyai untuk bisa menggali data dengan sangat baik. Peneliti berasumsi, ketika responden banyak dipilih dari kalangan pelajar dan mahasiswa, maka hasil penelitian pun akan berubah, terutama di segi pemanfaatan *e-commerce*. Ibu rumah tangga lebih familier dengan website dan facebook dibandingkan twitter, instagram dan path. Sedangkan pelajar dan mahasiswa lebih familier dengan penggunaan path, instagram, line, dan lain sebagainya tanpa

meninggalkan website dan facebook (Fauzia 2016). dan dengan penggunaan *e-commerce* dapat lebih gampang dalam penyampaian informasi kepada pelanggan, keterbatasan hardware untuk komputer server maka penerapan *server website* UP2M PNK menggunakan *server hosting* yang disesuaikan dengan *server hosting* website PNK. Sedangkan *server e-Journal* menggunakan *dedicated server* yang pengelolaannya dilakukan sendiri oleh UPT ICT PNK. (Mauko dkk., 2017)

B. Tinjauan Pustaka

E – commerce adalah pemanfaatan internet, web dan aplikasi lainnya untuk digunakan sebagai bisnis transaksi bisnis (Iaudon & Traver, 2014). Mekanisme kerja dari *e-commerce* digambarkan dalam bagan sebagai berikut :



gambar 2 1 Mekanisme kerja dari e-commerce

Terdapat 2 tindakan yang dapat di ambil oleh konsumen di dunia digital, yang pertama yaitu melihat produk atau jasa yang diiklankan melalui website (*Online Ads*). Yang kedua yaitu mencari informasi yang dibutuhkan yang berhubungan dengan jual beli yang akan dilakukan. Jika konsumen tertarik dengan produk tersebut konsumen dapat melakukan transaksi jual beli dengan dua cara yaitu yang pertama melalui konvensional (*Standard Order*) yaitu melalui telepon atau langsung datang ke tempat penjualan produk tersebut. Cara kedua yaitu melakukan pemesanan secara online (*Online Orders*) yaitu dengan menggunakan perangkat computer yang bisa di akses dimana saja.

Berdasarkan pesanan dari konsumen, penjual akan mendistribusikan barang yang telah dipesan melalui dua jalur (*distribution*). Bagi perusahaan yang menjual barang berupa fisik, maka perusahaan dapat mengirimkan pesanan melalui jalur kurir. Namun bagi perusahaan yang menyediakan produk yang dapat digitisasi (diubah menjadi sinyal digital), produk yang berupa gambar, video atau audio secara fisik tidak perlu dikirim lagi, namun dapat disampaikan kepada customer melalui jalur internet. Selanjutnya setelah pembelian customer dapat menggunakan layanan purna jual (*electronic customer service*). Proses ini dapat dilakukan melalui jalur telepon, internet, email chatting dan lainnya, dimana yang diharapkan adalah konsumen datang kembali dan melakukan pembelian produk tersebut dikemudian hari (*follow-on sales*). Sistem yang harus ada pada *e-commerce* antara lain:

1. Katalog digital : memungkinkan situs dapat menampilkan gambar dan teks dengan baik
2. Database produk : memberikan informasi produk dengan jelas, seperti deskripsi produk, harga produk, stock produk yang tersedia.

3. Pencarian produk : dapat membantu mempercepat pengunjung dalam menemukan produk yang di inginkan.
4. Sistem pembayaran : menyediakan sistem pembayara seperti *credit card*, pembayaran melalui minimarket, dll.
5. Fitur *chatting* : mempermudah pengunjung berinteraksi dengan pemilik.
6. *Database* pelanggan : berisi tetang informasi dari pelanggan seperti nama, alamat, no telepon, email.

Server web dapat merujuk pada perangkat lunak ataupun perangkat keras yang menyediakan layanan akses kepada pengguna melalui protocol komunitas HTTP atau HTTPS terhadap berkas yang terdapat pada suatu situs web dalam laayanan ke pengguna dengan menggunakan aplikasi tertentu seperti perambahan web (kuncoro, 2012). Semua situs *e-commerce* memerlukan perangkat lunak server web dasar untuk menjawab semua permintaan pelanggan. Saat memilih server web, perusahaan juga harus memilih sistem operasi yang akan dijalankan oleh situs (laudon &Traver, 2014). Server web menyediakan beberapa layanan, seperti :

1. Memproses permintaan HTML pengguna
2. Layanan keamanan
3. Transfer file
4. Mesin pencari
5. Pengambilan data
6. Email

Fungsi dari *e-commerce* yaitu membuat basis data pelanggan, membuat program promosi, menerima dan memproses pesanan, dan sebagainya (Iaudon & Traver, 2014).

Jenis – jenis *e-commerce* antara lain :

1. *E – commerce business to business (B2B)*

B2B ini dilakukan oleh kedua pihak yang saling berkepentingan dimana keduanya saling mengetahui dan mengenal proses bisnis yang sedang dilakukan. Biasanya B2B ini dilakukan secara berkelanjutan karena dari kedua belah pihak memperoleh keuntungan dan adanya kepercayaan dari masing-masing pihak (Kristiadi, 2017). Contoh dari B2B adalah ketika dua perusahaan membuat transaksi jual beli secara online, begitu juga dengan sistem pembayaran yang dapat dilakukan dengan kartu kredit (Kristiadi, 2017).

2. *E – commerce business to consumer (B2C)*

E – commerce B2C adalah bisnis yang dilakukan oleh produsen dengan konsumen (Kristiadi, 2017). Contohnya seperti produsen menjual produknya ke konsumen secara online. Disini produsen menjalankan bisnisnya tanpa adanya *feedback* dari konsumen untuk memasarkan atau menjualkan produknya lagi. Artinya produsen hanya menjualkan produknya sementara konsumen hanya memakai atau membeli produk tersebut (Kristiadi, 2017).

3. *E – commerce consumer to consumer (C2C)*

E-commerce C2C merupakan transaksi yang melibatkan penjualan atau transaksi yang dilakukan antar konsumen. Umumnya pada transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform untuk melakukan sebuah transaksi (Rebecca, 2016).

Contoh dari C2C di Indonesia adalah tokepedia, bukalapak, dan shopee.

4. *E – commerce consumer to business (C2B)*

E-commerce C2b adalah bisnis yang dilakukan dengan cara mengembalikan semua transaksi jual beli barang secara tradisional (Rebecca, 2016). contohnya sebuah website dimana desainer website menyediakan beberapa logo yang nantinya akan di pilih salah satu yang di anggap paling efektif.

Dalam pembuatan website kita memerlukan unsur-unsur sebagai berikut :

1. Nama *domain*

Nama *domain* atau *URL* adalah nama yang unik diberikan untuk mengidentifikasi nama *server* komputer seperti *web server* atau *email server* di internet ataupun jaringan komputer. *Domain* berfungsi untuk mempermudah pengguna internet pada saat akses ke *server*.

Contoh : <http://www.facebook.com>

2. *Web hosting*

Web hosting adalah tempat untuk menyimpan data, *file-file*, gambar dan lain sebagainya yang dapat ditampilkan di website. besar data yang dapat dimasukkan kedalam *web hosting* tergantung dari besarnya yang disewa/dipunyai.

3. Bahasa program (*scripts program*)

scripts program Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah *website*.

4. Desain *website*

Setelah melakukan penyewaan *domain name* dan *web hosting* serta penguasaan bahasa program (*scripts program*), unsur *website* yang penting dan utama adalah desain. Desain *website* menentukan kualitas dan keindahan sebuah *website*.

5. Publikasi website

Keberadaan situs tidak ada gunanya dibangun tanpa dikunjungi atau dikenal oleh masyarakat atau pengunjung *internet*. Karena efektif tidaknya situs sangat tergantung dari besarnya pengunjung dan komentar yang masuk. Untuk mengenalkan situs kepada masyarakat memerlukan apa yang disebut publikasi atau promosi *website*.

Media sosial

Secara umum, media sosial dapat diartikan sebagai media komunikasi yang dibentuk oleh komunitas. Media social meliputi platform yang memfasilitasi penyebaran informasi melalui interaksi antara individu dan atau organisasi (Sayogo & Yuli, 2016). Isi/informasi yang disebarkan dalam media sosial meliputi teks, gambar, video dan jaringan (Sayogo & Yuli, 2016).

Diagram *use case*

Diagram *use case* menggambarkan fungsi dari sebuah sistem. Yang ditekankan adalah “apa” yang dilakukan oleh sistem, bukan “bagaimana”. Sebuah *use case* menjelaskan sebuah interaksi antara pengguna dan sistem (pranatana dkk, 2015).

Mekanisme *e-commerce*

Transaksi elektronik yang terjadi antara pihak yang menawarkan jasa atau barang melalui internet (*merchant*) dengan pihak yang membeli jasa atau barang melalui internet (*e-costumer*) yang terjadi di internet pada umumnya berlangsung dengan menggunakan metode dimana dokumen dan data yang memungkinkan untuk dibuat digital akan dirubah ke dalam bentuk digital file dan akan disimpan kedalam penyimpanan digital (Fakhrurozi dkk., 2013). Kontrak online dalam *e-commerce* menurut A. Martines Nadal dan Santiago Cavanillas seperti yang telah dikutip oleh Fakhrurozi dkk (2013) memiliki banyak variasi dan tipe seperti :

1. *Chating dan Video Confernce*

Alat komunikasi yang biasaya digunakan untuk dialog interaktif secara langsung.

2. *E-mail*

Pesan elektronik oleh masyarakat guna untuk mengirim pesan ke seluruh dunia dan bisa menyertakan file, foto, dokumen.

3. *Web dan site*

Beberapa halaman yang memiliki topik yang terkait yang disertai denga adanya gambar dan video.

Kesuksesan sistem informasi

Kesuksesan sebuah sistem informasi tergantung pada :

1. Kualitas sistem

Kualitas sistem bisa dikatakan sebagai kombinasi dari kualitas perangkat lunak dan perangkat keras. Fokusnya adalah performa dari sistem yang merujuk seberapa baik kemaampuan perangkat lunak, perangkat keras, kebijakan, prosedur dan sistem informasi dapat menyediakan informasi kebutuhan penggunaanya (wanda, 2017). Indikator yang digunakan dilingkungan *e-commerce* antara lain :

- a. Ketergunaan
- b. Ketersediaan
- c. Keandalan
- d. Keadaptasian
- e. Lama respon

2. Kualitas informasi

Indikator yang digunakan digunakan didalam lingkungan *e-commerce* menurut kesuksesan sistem informasi (wamda,2017) :

- a. Personalisasi
 - b. Lengkap
 - c. Relevan
 - d. Mudah dipahami
 - e. Aman
3. Kualitas layanan

Indikator yang digunakan digunakan didalam lingkungan *e-commerce* menurut kesuksesan sistem informasi (wamda,2017) :

- a. Berwujud
- b. Keandalan
- c. Kesegeraan
- d. Jaminan
- e. Aman

Konsep dasar informasi

Informasi diibaratkan sebagai darah yang mengalir di suatu organisasi. Sehingga informasi ini sangat penting bagi suatu organisasi. Suatu sistem yang kurang mendapatkan informasi akan menjadi luruh dan akhirnya berakhir.informasi dapat didefinisikan sebagai data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berarti bagi penerimannya. Sumber dari informasi adalah data. Data adalah catatan atas semua fakta yang terjadi (Rahman dkk, 2019).

Definisi sistem informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, bersifat marginal dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan laporan-laporan yang diperlukan (Rahman dkk, 2019).

